

УДК 640.43

Сокол К.М.¹, Каптюх Т.В.²

¹ студ. гр. МТЕз-410 НУ «Запорізька політехніка»

² старш. викл. НУ «Запорізька політехніка»

ПІДВИЩЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕСТОРАНУ ЗА РАХУНОК ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Інноваційна діяльність є невід'ємною складовою бізнесу та виробничо-господарської діяльності підприємств ресторанного господарства України, яка зорієнтована на оновлення і вдосконалення виробничих сил, організаційно-економічних відносин. Діяльність спрямована на створення і залучення із зовнішнього середовища таких інновацій, які б сприяли підвищенню його конкурентоспроможності та зміцненню ринкових позицій. Але на сьогодні спостерігається низька активність українських підприємств ресторанної галузі щодо впровадження інновацій [1]. У сфері управління якістю та підвищення якості продукції інновації майже не спостерігаються або спостерігаються в поодиноких випадках. Зрозуміло, що причиною є війна та інші умови кризи.

Найважливішою умовою прискореного прогресу економічного розвитку ресторану є ефективна інноваційна політика, оскільки в повоєнному періоді динамічний економічний розвиток має остаточно ґрунтуватися виключно на інноваціях, наслідки яких набули стратегічно важливого характеру. В усьому світі інноваційна діяльність розглядається сьогодні як одна з головних умов модернізації економіки й альтернативи інноваційному шляху розвитку немає.

До факторів, які стримують інноваційні процеси, слід віднести: слабкий рівень науково-дослідницької бази, неготовність ресторанів до впровадження новітніх науково-технічних досягнень, брак інформації про нові технології, ринки збуту; високі політико-економічні ризики, тривалі терміни окупності інноваційних проектів; недостатній рівень опрацювання регламентуючих законодавчих документів; замала інноваційна розвиненість ринку технологій.

Для підвищення конкурентоспроможності ресторану слід здійснювати діяльність за такими напрямками: 1) підвищення якості виробленої ресторанної продукції; 2) підвищення продуктивності праці; 3) оптимізація структури управління підприємством; 4) впровадження нових технологій; 5) оснащення робочих місць сучасними інноваційними та інформаційними технологіями, прогресивним обладнанням тощо, необхідними для здійснення інноваційної діяльності [2]. Здійснення кожного з цих заходів прямо чи опосередковано пов'язано зі здійсненням інноваційної діяльності за її основними напрямками.

Іншим підходом для впровадження інновацій є наявність ефективної системи маркетингу, що забезпечує зв'язок ресторану з кінцевим споживачем ресторанного продукту для постійного виявлення нових явних і прихованих потреб споживачів щодо якості продукції. Цей підхід є визначальним оскільки успіхи мають нововведення, які надають кінцевому споживачу нові вигоди [3].

Досягти такого успіху можна за рахунок: розширення сировинної бази шляхом використання у виробництві та оформленні продукції ресторану: 1) нових видів сировини, напівфабрикатів (біологічно активних добавок, вторинних продуктів переробки море- та соєвих продуктів, екзотичних продуктів тощо); 2) прогресивних галузевих технологій; 3) новітніх технологій та напрямків у кулінарії, пов'язаних із появою модних течій у ресторанному бізнесі, переорієнтацією споживачів на здорове харчування (креативна, еклектична, Fusion, вегетаріанська і кухня, соєві ресторани тощо); 4) розробки асортименту конкурентоспроможних видів продукції із заданими споживчими властивостями, високими параметрами якості та послуг (кейтерингове обслуговування і т.д.) [4]; 5) застосування автоматизованих систем контролю та управління, високоефективної контрольно-вимірювальної апаратури.

В ресторанному господарстві найбільш часто застосовуються системи «R-KeeperTMV6», D2, «ProfEat», «1C-PAPYC: Ресторанне господарство/v. 2». Використання автоматизованої системи управління в ресторанах має переваги: 1) здійснюється автоматичний облік, контроль за надходженням, списанням і рухом напівфабрикатів, готової продукції; 2) налагоджується синхронний взаємозв'язок між усіма підсистемами ресторану [5]. У цілому, застосування інноваційних процесів у діяльності ресторану підвищує організаційно-технічний рівень виробництва, якість продукції та послуг, знижує енерго- та капіталовитрати, покращує умови відпочинку споживачів та праці персоналу.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Цвілій С. М. Маркетинг в готельно-ресторанному господарстві: навч. посіб. / С. М. Цвілій, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 260 с.
2. Tsviliy S. Reserves for reduction of labor capacity of hotel and restaurant product and their effective use in the enterprise personnel management system / S. Tsviliy, D. Gurova, S. Bulatov // Інфраструктура ринку. – 2020. – № 47. – С. 123–128.
3. Tsviliy S.. Marketing of the domestic hotel and restaurant enterprise in the international digital space / S. Tsviliy, D. Gurova, S. Zhuravlova // Науковий вісник УжНУ. Науковий журнал. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство». – 2021. – № 35. – С. 74–79.
4. Шелеметьєва Т. В. Впровадження інноваційних технологій для підвищення конкурентоспроможності підприємства готельно-ресторанного господарства [Електронний ресурс] / Т. В. Шелеметьєва, С. В. Гресь-Євреїнова // Інфраструктура ринку. – 2021. – № 55. – С. 143–149. – Режим доступу: http://market-infr.od.ua/journals/2021/55_2021/4.pdf (дата звернення: 05.04.2024). – Назва з екрана.
5. Tsviliy S. Coronavirus priorities in marketing management of microenterprises in the hospital field / S. Tsviliy, D. Gurova, S. Zhuravlova // Інфраструктура ринку. – 2021. – № 52. – С. 120–125.